

Livre blanc : Generix Group convertit la distribution à l'économie collaborative !

Afin de donner aux enseignes les moyens de réinventer leurs programmes de fidélisation, dans lesquels une majorité de Français ne se reconnaissent plus, Generix Group publie un livre blanc intitulé : *« Fidéliser par les valeurs, c'est possible ! ».* Ce véritable mode d'emploi à l'attention des directeurs marketing, des directeurs de magasins et autres DSI, met en lumière une nouvelle approche en matière de fidélisation. Une conception basée sur les valeurs et l'émotion, inspirée par l'économie collaborative.

Paris, le 8 juillet 2015 - Le succès des plateformes collaboratives ou encore l'engouement pour de nouvelles formes de solidarité témoignent d'un changement de la part des consommateurs. Ces derniers ne se contentent plus des meilleurs prix ou des meilleurs produits : ils veulent désormais s'inscrire dans des projets collectifs, ludiques et surtout en phase avec leurs valeurs.

Par méconnaissance ou par erreur stratégique, de nombreuses enseignes occultent l'évolution de leurs comportements cherchant à séduire et à fidéliser leurs clients par des avantages financiers. La conséquence ? La création d'un sentiment d'insatisfaction et de frustration chez ces derniers. En effet une étude récente menée par Generix Group et l'Institut Toluna révèle que 93% des consommateurs français sont insatisfaits de la façon dont leur fidélité est récompensée. A l'évidence, les enseignes sont dans l'obligation de réinventer la façon dont elles adressent et fidélisent leurs clients !

L'émotion et les valeurs : les nouveaux piliers de la fidélisation ?

Compte tenu du niveau d'engagement et d'émotion suscité par les différentes émanations de l'économie collaborative (plateformes crowdfunding et crowdsourcing en particulier) et l'appétence des Français pour un engagement local de la part des acteurs de la distribution[1], partager des valeurs et de l'émotion apparaît comme un levier de fidélisation très puissant.



Partant, Generix Group, éditeur de solutions pour la distribution, vient de publier un livre blanc sur ce thème. Cette monographie, intitulée ***« Fidéliser par les valeurs c'est possible ! »,*** analyse les limites des systèmes de fidélisation actuels, identifie de nouvelles approches inspirées de l'économie collaborative et dévoile le concept de fidélisation militante.

« L'ambition de ce livre blanc est simple : I-N-S-P-I-R-E-R ! Inspirer une nouvelle pensée, une nouvelle approche en matière de fidélisation qui soit en phase avec le nouveau profil du consommateur », conclut **Christophe Kühner**, **Directeur Marketing chez Generix Group.**

Vous pouvez télécharger le livre blanc à cette adresse :
http://www.generixgroup.com/fr/fidelisation/valeurs.htm

---

[1] 9 Français sur 10 considèrent qu'il est légitime que les acteurs de la distribution s'engagent dans des actions de solidarité locale – Etude Generix Group-Toluna

Contacts Presse

Rumeur Publique
Thomas Boullonnois - Tél. : +33 1 55 74 52 29
thomas@rumeurpublique.fr
Cédric Landu - Tél. : +33 1 55 74 52 31
cedric.lan@rumeurpublique.fr
www.rumeurpublique.fr

Generix Group
Carine Brégeon
Responsable Communication
Tél. : +33 1 77 45 42 39
cbregeon@generixgroup.com
www.generixgroup.com

A propos de Generix Group

Éditeur de solutions applicatives pour les écosystèmes industriels, logistiques et commerciaux, Generix Group accompagne ses clients dans la gestion, la mutualisation et l'optimisation de leurs flux. Le bouquet de services Generix Collaborative Business s'appuie sur une forte expertise métier dans les domaines de la supply chain et du pilotage de la vente cross canal, l'ensemble porté par nos solutions d'intégration EDI, EAI et portails.

Avec Auchan, Carrefour, Cdiscount, DHL, Feu Vert, Gefco, Kuehne + Nagel, Leroy Merlin, Louis Vuitton, Metro, Nestlé, Sodiaal, Unilever,... ce sont plus de 5000 acteurs internationaux qui ont choisi les solutions « Generix Collaborative Business », établissant Generix Group comme leader européen avec près de 54 M€ de chiffre d'affaires.

Pour en savoir plus : www.generixgroup.com